

Evolución del mercado: Material impreso y editorial (CN 49) — 2015–2025

Introducción

El capítulo 49 de la nomenclatura combinada agrupa libros, diarios, material gráfico, impresos publicitarios, tarjetas postales, calendarios, sellos y otros productos editoriales. Este informe analiza la evolución del comercio extracomunitario de la UE en esta categoría entre 2015 y 2025, a partir de los datos anuales disponibles. En ese período, el valor total de los intercambios se ha mantenido relativamente estable, pero el volumen físico se ha contraído de forma muy acusada, mientras los precios unitarios se han disparado. Al mismo tiempo, la geografía de los flujos comerciales se ha reconfigurado notablemente y la cesta de productos ha sufrido una transformación profunda.

1. Un mercado en valor estable, pero con una contracción drástica de los volúmenes y un fuerte incremento de los precios unitarios

Las exportaciones mantienen su valor, pero su tonelaje se reduce a menos de la mitad

En 2025, las exportaciones extra-UE de material impreso alcanzaron 4 659 millones de euros, solo un 7,3 % por debajo de los 5 028 millones de 2015. Sin embargo, el volumen exportado se desplomó de 939 mil toneladas a tan solo 398 mil toneladas (–57,6 %). Como consecuencia, el precio medio por tonelada más que se duplicó, pasando de 5 353 €/t a 11 710 €/t (+118,8 %).

El precio medio de las importaciones también asciende, aunque de forma más moderada

Las importaciones crecieron un 9,8 % en valor, de 3 172 a 3 484 millones de euros, mientras que la cantidad importada se redujo un 14,9 % (de 437 mil a 372 mil toneladas). El precio unitario de las compras al exterior subió de 7 257 €/t a 9 370 €/t (+29,1 %), un alza significativa aunque muy inferior a la registrada en las ventas.

El superávit comercial de la UE se reduce un tercio en diez años

El saldo positivo pasó de 1 856 millones en 2015 a 1 175 millones en 2025 (–36,7 %). La combinación de unas exportaciones que pierden fuelle y unas importaciones algo más dinámicas ha estrechado el excedente comercial, aunque la UE sigue siendo netamente exportadora en este sector.

Evolución comercial general

Indicador (extra-UE)	2015	2025	Variación
Exportaciones (M€)	5 028	4 659	–7,3 %
Volumen exportado (kt)	939	398	–57,6 %
Precio exportación (€/t)	5 353	11 710	+118,8 %
Importaciones (M€)	3 172	3 484	+9,8 %
Volumen importado (kt)	437	372	–14,9 %
Precio importación (€/t)	7 257	9 370	+29,1 %
Saldo comercial (M€)	1 856	1 175	–36,7 %

2. Reconfiguración geográfica: China domina las importaciones y Estados Unidos escala posiciones como destino de exportación

China supera a Reino Unido como principal proveedor extracomunitario

Las compras a China sumaron 1 011 millones de euros en 2025, un 78,5 % más que en 2015, y ya rozan el valor de las importaciones procedentes del Reino Unido, que cayeron un 25,7 % hasta los 1 040 millones. Otros proveedores como India (+101,8 %) y Bosnia y Herzegovina (+139,7 %) registraron avances notables, mientras Hong Kong perdió más de la mitad de su valor (–53,4 %). La concentración de las importaciones (HHI) descendió de 2 524 a 2 085, reflejando una mayor diversificación de orígenes.

Las exportaciones a la Federación Rusa se desploman tras las sanciones

El valor enviado a Rusia se contrajo un 89,3 %, desde 180 millones en 2015 a apenas 19 millones en 2025. La práctica totalidad de esta caída se produjo después de 2022, coincidiendo con las medidas restrictivas de la UE. La elevadísima volatilidad de este flujo (CV de 0,83) confirma la brusquedad del corte.

Los vecinos tradicionales (Suiza, Noruega) pierden peso relativo frente a Estados Unidos

Las exportaciones al Reino Unido se redujeron un 24,0 % (de 1 013 a 770 millones), a Suiza un 17,0 % y a Noruega un 49,4 %. En cambio, las ventas a Estados Unidos crecieron un 64,5 % (de 380 a 625 millones), convirtiéndose en el segundo mercado extracomunitario en valor. La cuota del “resto del mundo” también ganó protagonismo, lo que explica la reducción del HHI exportador de 1 112 a 957 (–14,0 %).

Principales socios comerciales

Concentración del comercio

Principales socios	Tipo	2015 (M€)	2025 (M€)	Variación
China	Importaciones	567	1 011	+78,5 %
Reino Unido	Importaciones	1 400	1 040	–25,7 %
Estados Unidos	Importaciones	436	514	+18,0 %
Reino Unido	Exportaciones	1 013	770	–24,0 %
Suiza	Exportaciones	1 172	972	–17,0 %
Estados Unidos	Exportaciones	380	625	+64,5 %
Rusia	Exportaciones	180	19	–89,3 %

3. Especialización y transformación internas: nuevos polos exportadores en la UE y auge de los productos editoriales de alto valor

Malta y Polonia se erigen como potencias exportadoras de impresos

Dentro de la UE, Alemania conserva el primer puesto exportador, pero su valor cayó un 14,3 % (de 1 587 a 1 360 millones de euros). En el otro extremo, Malta multiplicó sus ventas por 2,6 (+164,0 %) y Polonia por 1,8 (+84,4 %), superando ya los 360 millones. Letonia, Estonia y Eslovenia muestran las mayores ventajas comparativas reveladas (RSCA de 0,58, 0,39 y 0,20, respectivamente), señal de una fuerte especialización productiva en impresión. Por el contrario, Finlandia, Irlanda o Portugal figuran entre los menos especializados.

Los libros resisten mejor que los diarios, pero todos los segmentos pierden volumen

El valor de las exportaciones de libros (4901) apenas varió (–4,5 %), mientras que el de diarios y publicaciones periódicas (4902) se contrajo un 56,2 %. En términos de cantidad,

sin embargo, todos los grandes segmentos sufrieron caídas drásticas: el volumen exportado de libros pasó de 269 kt a 164 kt (–38,8 %), el de diarios de 165 kt a 46 kt (–72,2 %) y el de material impreso diverso (4911) de 451 kt a 166 kt (–63,1 %). Las importaciones siguieron una pauta similar, con la excepción notable de los álbumes y cuadernos para dibujar (4903), cuyo volumen importado se duplicó (+115,8 %), reflejando el tirón de la demanda de libros infantiles y de colorear procedente, sobre todo, de China.

La impresión bajo demanda y los artículos de alto valor añadido impulsan el precio unitario

El precio medio de exportación de los “demás impresos” (4911) se triplicó, desde 3 697 €/t hasta 11 175 €/t, y el de los libros pasó de 6 644 a 10 338 €/t. Estos incrementos, muy superiores a la inflación general, sugieren un desplazamiento de la producción europea hacia nichos de alto valor (ediciones limitadas, impresión de seguridad para sellos y billetes —código 4907—, material publicitario de calidad) y hacia la impresión bajo demanda, abandonando las grandes tiradas de bajo precio.

Desglose por segmentos de producto

Subpartida	Valor export 2025 (M€)	Variación valor 2015-2025	Variación cantidad export.
4911 — otros impresos	1 860	+11,6 %	–63,1 %
4901 — libros	1 705	–4,5 %	–38,8 %
4907 — sellos y títulos	469	+28,0 %	+2,1 %
4902 — diarios	262	–56,2 %	–72,2 %
4910 — calendarios	40	–16,8 %	–46,1 %
4903 — álbumes, cuadernos	31	–0,6 %	–41,6 %

Especialización de los Estados miembros

Conclusión

En la década analizada, el comercio extracomunitario de material impreso y editorial ha experimentado una mutación silenciosa pero radical. Los volúmenes físicos se han derrumbado, empujados por la digitalización y la deslocalización de ciertas impresiones, mientras los valores se sostienen —e incluso crecen en las importaciones— gracias a un fuerte encarecimiento unitario. China se ha consolidado como proveedor clave, el Reino Unido ha perdido peso tras el Brexit y Rusia ha desaparecido prácticamente como destino de exportación. Al mismo tiempo, la producción europea se ha reconcentrado en segmen-

tos de alto valor añadido, con Malta, Polonia y los países bálticos emergiendo como nuevos centros especializados. El superávit comercial persiste, pero su senda descendente refleja una industria en plena reconversión, donde el valor ya no lo genera la cantidad impresa, sino la calidad, la exclusividad y la tecnología de impresión.

Generado el 2026-07-24 a partir de datos de tradedashboard.eu

Informe generado por una máquina: acelera el análisis humano, aun a riesgo de inducirlo a veces a error. Nunca puede reemplazarlo por completo.

Si necesita asesoramiento sobre la política comercial europea, o representación de sus intereses en Bruselas, no dude en contactarme en support@tradedashboard.eu. Encontrará mi CV en esta dirección.